

CONCEPTEUR-RÉDACTEUR / RÉDACTEUR WEB

Présent dans les secteurs

Agences Conseils en communication

Régies publicitaires médias

Régies publicité extérieure

MISSIONS

Concevoir le message publicitaire d'une campagne et proposer des concepts déclinés en messages des marques.

PRINCIPALES ACTIVITÉS

Activités communes à tous les segments de la branche

Participation à l'identification d'un thème de campagne

- Participation à l'analyse de la stratégie marketing d'un client
- Participation à l'élaboration du brief et du concept créatif

Conception et rédaction du message publicitaire

- Conception des différents messages publicitaires
- Déclinaison des messages ou des scénarii pour chaque support
- Élaboration des différentes étapes de la conception d'une campagne présentées aux clients
- Préconisation des choix sonores et des visuels

Suivi de la réalisation, des étapes de production et de la diffusion

- Mise en œuvre d'une campagne publicitaire
- Coordination avec le directeur artistique des équipes réalisant la campagne
- Mise en place d'un plan d'actions
- Supervision de l'exécution et contrôle des travaux de réalisation et des projets des assistants

Respect des budgets et des délais

Vente et prospection

- Assistance à la présentation aux clients des projets/pistes de campagnes de communication
- Participation à la réalisation des réponses à appels d'offres

RELATIONS FONCTIONNELLES INTERNES ET EXTERNES

Relations avec les autres fonctions internes de l'entreprise

- Commercial et conseil
- Stratégie, études et analyses marché
- Production

Relations avec les acteurs externes

- Clients de son portefeuille (annonceurs)
- Prestataires externes

COMPÉTENCES CLÉS REQUISES

Savoir-faire du métier

Identifier une idée créative pour la création du slogan ou du scénario

- traduire l'orientation artistique du directeur de la création ou d'une équipe commerciale afin de répondre aux besoins d'un client
- appréhender sa connaissance des spécificités d'une marque : la segmentation et l'histoire de la marque de son client
- vérifier les objectifs d'une campagne
- participer à l'élaboration du concept créatif et du brief, en approfondissant sa connaissance de la cible d'une campagne

Instaurer et assurer une veille créative et concurrentielle

- effectuer une veille permanente des campagnes concurrentes et des tendances
- participer à la veille des nouvelles tendances technologiques et nouvelles formes de communication, des nouvelles tendances artistiques

Participer à l'élaboration des budgets et au respect des budgets

- participer à l'estimation des budgets nécessaires à la réalisation d'une campagne en lien avec le directeur de la création et vérifier la faisabilité du projet en fonction de la réalité budgétaire d'un client et d'une agence
- respecter le budget de réalisation

Créer un slogan ou un scénario et participer au lancement de la réalisation et de la production d'une campagne

- adapter la campagne selon des demandes d'un directeur de la création
- lancer avec le directeur artistique des briefs artistiques ou de guidelines créatifs aux équipes de réalisation de la création
- briefier des webdesigners ou des maquettistes afin qu'ils puissent réaliser des maquettes et créer des livrables
- coordonner la création après le pré-test
- ajuster le concept créatif
- planifier les étapes de la réalisation et de la production et assurer le respect des délais
- établir un rétroplanning
- choisir les ressources qui participeront à la création en lien avec le directeur de la création
- rédiger des appels d'offres aux prestataires extérieures et suivre leur réalisation
- étudier les propositions d'une équipe de réalisation, apprécier leur pertinence, leur faisabilité et capacité à être déclinées sur plusieurs médias et le respect du cahier des charges
- suivre la mise en page des textes, des images, le choix du format, de la typographie, de la maquette, de la photographie...
- vérifier le ton du message et son adéquation avec l'idée créative et l'identité de marque

Connaissances et maîtrise des outils

- Connaissance du marketing
- Connaissance de gestion
- Connaissance de l'animation d'une équipe
- Connaissance de l'art et des mouvements artistiques nationaux et internationaux
- Parfaite maîtrise de la rédaction
- Maîtrise de logiciels spécifiques liés à la création
- Bonne culture générale
- Langues étrangères

FORMATION ET EXPÉRIENCE RECOMMANDÉES

Formation recommandée

- Bac +2 à Bac +5 : écoles de communication, université, école de journalisme
- Autodidacte

Expérience recommandée

Jeunes diplômés avec stages ou d'autres expériences